

- <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-sovremennogo-kulturnogo-prostranstva> (дата обращения: 12.03.2019).
3. Выровцева Е. В. Мультимедийная история: технологии & творчество [Электронный ресурс] // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 5(22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynaya-istoriya-tehnologii-tvorchestvo> (дата обращения: 01.03.2019).
 4. Симакова С. И. Мультимедийная история и ее особенности [Электронный ресурс] / С. И. Симакова, С. А. Панюкова // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2017. № 9(405). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynaya-istoriya-i-eyo-osobennosti> (дата обращения: 09.03.2019).

УДК 070.11:004.77(476) + 070.15:004.5

Градюшко А. А.
Белорусский государственный университет

ТРАНСФОРМАЦИЯ РАБОТЫ БЕЛОРУССКИХ ЖУРНАЛИСТОВ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Аннотация: Представлены результаты исследования современного состояния медиасферы Республики Беларусь в условиях цифровой среды. Было опрошено 85 руководителей белорусских медиа. Предметом исследования стали прогнозы и мнения медиаменеджеров о стратегиях развития газет в меняющемся социальном пространстве. Дана оценка эффективности их работы в интернете. Рассмотрены наиболее успешные примеры цифровых трансформаций печатных изданий. Выяснено, что под влиянием новых технологий работа белорусских журналистов в редакциях кардинально изменилась.

Ключевые слова: *цифровые технологии, мобильный интернет, медиапотребление, интернет-коммуникации, социальные медиа, медиаменеджмент.*

Hradziushka A.A.

TRANSFORMATION OF WORK OF BELARUSIAN JOURNALISTS IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

Abstract: The results of the research of the current state of the media sphere of the Republic of Belarus in a digital environment are presented.

85 managers of Belarusian media were interviewed. The subject of the research was the forecasts and opinions of media managers on the development strategies of newspapers in a changing social space. An assessment of the effectiveness of their work on the Internet is given. The most successful examples of digital transformations of print publications are considered. It was found that under the influence of new technologies, the work of Belarusian journalists in editorial offices has changed dramatically.

Keywords: *digital technology; mobile internet; media consumption; internet communication; social media; media management.*

Профессия журналиста в конце 2010-х гг., как никогда раньше, стала зависимой от цифровых технологий. Приходится констатировать, что наряду с позитивными переменами цифровизация несет и негативные последствия, не лучшим образом сказываясь на достоверности, качестве, объективности журналистики, ее жанрово-тематической палитре. В связи с этим приобретают актуальность научные исследования, посвященные трансформации работы белорусских журналистов в цифровой среде. В 2018 г. нами было опрошено 85 руководителей региональных газет в шести областях Республики Беларусь. Исследование ставило целью выявить, как новые технологии повлияли на рабочий процесс журналистов.

Половина респондентов указала, что труд журналистов изменился кардинально. Только один медиаменеджер ответил, что в редакции ничего не поменялось. 48,2% высказали мнение, что новые технологии отчасти повлияли на журналистику. На вопрос «Есть ли в редакции специальная должность, связанная с подготовкой публикаций для сайта?» были получены следующие ответы. В 45,9 % редакций этим занимается один выделенный специалист, в 20 % случаев эта работа совмещена с версткой выпуска. В 20 % редакций нет должности редактора интернет-ресурса. В 15,3 % случаев журналисты сами имеют возможность размещать контент на сайте.

При ответе на вопрос «Какие неотложные изменения необходимы в структуре вашей редакции?» респонденты единодушно согласились с тем, что требуется создание полноценного отдела по работе с сайтом и соцсетями (в количестве не менее 2–3 человек). Практически все белорусские медиаменеджеры указали на необходимость изменения в штатном расписании, его реорганизации в соответствии с требованиями времени. «Предусмотреть возможность ответственным за интернет-ресурс заниматься главным образом своим делом», «платить гонорар журналистам за материалы, созданные специально

для сайта», «нужен сотрудник, который занимался бы видео» – считают опрошенные нами респонденты.

Проведенное анкетирование подтвердило тот факт, что требования к профессиональным навыкам и компетенциям журналиста значительно возрастают, на что ранее указывал В. А. Волкоморов [1, с. 21]. На вопрос «Какие новые технологии используются на сайте?» были получены следующие ответы: «видеосюжеты», «интерактивные тесты и игры, лонгриды», «инфографика», «слайд-шоу». Например, в Гродненской области наиболее успешным примером может быть канал на YouTube газеты «Ашмянскі веснік». Канал имеет 600 подписчиков, в 2018 г. на него было добавлено более 120 видео. Именно видеоконтент, по мнению 64,7 % опрошенных респондентов, будет стратегически важным форматом для редакций в ближайшие два-три года. На второе место белорусские медиаменеджеры поставили интерактивные игры и тесты (43,5 %), на третье – фото и слайд-шоу (54,1 %).

В качестве наиболее успешного примера цифровой трансформации регионального медиа мы можем привести еженедельник «Intex-Press» (г. Барановичи). Посещаемость сайта intex-press.by достигает 120 тыс. уникальных посетителей в сутки, однако значительную часть трафика изданию приносит «Яндекс.Дзен». За период с 2016 по 2018 г. аудитория интернет-площадки выросла более чем в 10 раз. Редакции «Intex-Press» пришлось перестроить организационную структуру издания, изменить дизайн сайта и газеты, разработать новую систему материального и морального стимулирования сотрудников, которые готовят материалы на сайт. Это подтверждает вывод А. В. Вырковского о необходимости трансформации редакционного менеджмента в эпоху дигитализации [2, с. 203].

Представляет интерес ответ респондентов на вопрос «Что станет основным мотивом для аудитории в ближайшие три года для того, чтобы получать информацию из СМИ, а не из других источников (соцсетей и мессенджеров)?» Как считают медиаменеджеры региональных изданий, таким мотивом могут быть «доверие», «аналитика», «достоверность, оперативность, авторитетность издания», «компетентные комментарии», «грамотный выбор контента, аналитичность, глубокая разработка тем, жанровое разнообразие», «информация о местных событиях и проблемах региона, критические публикации», «элитарность продукта». Результаты экспертного опроса подтвер-

ждают вывод Б. Н. Лозовского о том, что «сохранение личностного и профессионального достоинства журналистов в заданных условиях, кстати, одна из самых важных ценностей профессии» [3, с. 78].

Таким образом, результаты анкетирования 85 руководителей белорусских медиа показали значительные изменения, происходящие в профессии под влиянием цифровизации. Полученные данные свидетельствуют, что к настоящему моменту региональные СМИ страны накопили достаточный опыт в освоении интернет-пространства. Тем не менее переход аудитории в социальные сети и мессенджеры, нарастающая зависимость от интернет-платформ, потребление контента через мобильные устройства, значительное увеличение популярности видеоконтента и ряд других глобальных факторов способны привести к значительной реструктуризации белорусской медиаиндустрии уже в ближайшие годы.

Литература

1. Волкоморов В. А. Проектный подход на междисциплинарной основе в обучении студентов по медианправлениям // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 мая 2018 г.). Екатеринбург, 2018. С. 21–23.
2. Вырковский А. В. Трансформация редакционного менеджмента под влиянием дигитализации // Изв. Саратов. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2016. Т. 16. № 2. С. 203–210.
3. Лозовский Б. Н. Журналистика в «текущей современности» медиа // Современные СМИ и медиарынок : сб. науч. трудов в честь профессора Е. Е. Корниловой. СПб., 2019. С. 71–78.

УДК 070.11:004.77 + 070.1(571.122) + 004.738.5:655.41

Гризлюк Л. В.

Сургутский государственный педагогический университет

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ЛОНГРИД: НУЖЕН ЛИ ОН РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ ХМАО – ЮГРЫ?

Аннотация: В статье исследуется проблема создания лонгридов региональными журналистами ХМАО – Югры. Анализируются материалы порталов «Югра-Ньюс» и «СИА-Пресс». Обобщается опыт исследования лояльности аудитории по отношению к длинным текстам. Выявляются специфические черты лонгрида как журна-